



Comunicato stampa
16 maggio 2025

**Discorso di Massimiliano Di Silvestre - Presidente e
Amministratore Delegato di BMW Italia**

Incontro con la stampa – House of BMW presso
Internazionali d'Italia di Tennis.

Buongiorno signore e signori e benvenuti nella nostra House of BMW presso il Foro Italico in occasione degli Internazionali BNL di Tennis di Roma.

Il concetto della House of BMW è diventato così forte e pieno di significato da essere itinerante: da Milano (dove è nato) al Cannes Film Festival, dal Festival di San Remo a Roma per gli Internazionali di Tennis. Perché il cuore pulsante della House sono le persone, i valori, le esperienze, le relazioni.

Oggi siamo qui per parlare di partnership di altissimo livello e di mobilità sostenibile. Ecco perché voglio subito ringraziare il Direttore Generale della Federazione Italiana Marco Martinasso di essere qui con noi.

Non solo per raccontare i valori che condividiamo e che da cinque anni esprimiamo attraverso le attività che facciamo insieme, ma anche per celebrare un evento molto atteso dal pubblico e da tutti i media: gli Internazionali BNL d'Italia di cui BMW è partner dal 2020 e che quest'anno stanno superando ogni record in termini di presenze e di successo.

Un sodalizio per noi importantissimo all'interno della nostra strategia di posizionamento del brand in Italia. Un'affinità nata e cresciuta sui valori che condividiamo.

Il tennis è stile, passione, dedizione, preparazione, attenzione ai dettagli, sacrificio, voglia di fare la differenza e rispetto dell'avversario. In questi valori noi ci riconosciamo pienamente e fanno parte del nostro modo di affrontare le sfide del business e incorporano il nostro approccio al mercato.

In questi cinque anni di partnership con la FITP e con gli Internazionali, siamo molto orgogliosi di aver accompagnato il successo crescente del



torneo Master 1000 e supportato la Federazione nel piano di crescita del tennis italiano che oggi, non solo esprime il n.1 al mondo, ma anche 7 tennisti nei primi 50 del ranking mondiale. E a questo si affianca un movimento giovanile in grandissima e costante espansione.

E di questo va dato merito alla Federazione con lo straordinario lavoro fatto sotto la presidenza di Angelo Binaghi e la direzione di Marco Martinasso.

Per tutti questi motivi siamo felici di annunciare ufficialmente oggi il rinnovo della nostra partnership fino al 2028. Un rinnovo triennale che esprime e sottolinea la solidità e il valore strategico di questa relazione.

Per i prossimi tre anni continueremo ad essere al fianco della FITP e degli Internazionali d'Italia assicurando la mobilità di manager e atleti con automobili all'avanguardia della tecnologia, della digitalizzazione e della sostenibilità, ma anche attivando innovative iniziative di comunicazione e sviluppando un programma di supporto ai giovani talenti federali e al loro percorso di crescita. Vi racconteremo le attività via via che le implementeremo.

Signore e signori,

noi celebriamo questa edizione del torneo in modo molto speciale: da un lato, come dicevo all'inizio, portando il concetto della House of BMW agli Internazionali con una struttura capace di riprendere lo stesso concetto e la filosofia di "Hospitality revolution" che abbiamo consolidato negli anni a Milano e, dall'altro, raccontando la nostra visione della mobilità sostenibile sia esponendo la nuova BMW iX che è stata la protagonista della prima parte del torneo anche attraverso la consegna ufficiale dell'auto al nostro brand Ambassador Pierfrancesco Favino, sia portando per la prima volta in Italia e al Foro Italico entrambi i concept dei modelli della piattaforma Neue Klasse in occasione delle giornate finali dell'evento.

Ed è anche per celebrare questa anteprima italiana che abbiamo deciso come team di BMW Italia di creare questo momento di incontro con voi.

Per parlare di questi nuovi modelli destinati a cambiare il paradigma della mobilità nei prossimi mesi. I 2 concepts sono molto vicini alla produzione di serie. La BMW Vision Neue Klasse è una berlina elettrica sportiva per la fascia media del segmento premium. La BMW Vision Neue Klasse X trasferisce invece la filosofia e la tecnologia della nostra futura generazione di veicoli al segmento degli Sports Activity Vehicle.

Con questi 2 concepts della piattaforma Neue Klasse stiamo raccontando come cambieremo il look & feel del marchio BMW. Molta innovazione, modernità e sempre riflessa l'essenza del brand BMW: la gioia.



Entrambi i veicoli sono caratterizzati da un linguaggio di design chiaro e essenziale. Negli interni, la nuova generazione di BMW iDrive consentirà un'interazione intuitiva tra il guidatore e il veicolo. La combinazione di BMW Panoramic Vision, 3D Head-Up Display, Central Display e il nuovo volante multifunzione ridefiniranno l'orientamento al guidatore tipico di tutte le BMW.

Inizieremo con la presentazione al mercato della BMW iX3 a fine anno, auto derivata dalla Vision X qui esposta oggi che, credetemi, è molto vicina al modello definitivo.

Con la BMW iX3, che vedrete in anteprima mondiale al prossimo IAA di Monaco di Baviera a settembre, renderemo evidente quello che il nostro CEO Oliver Zipse ha definito uno dei momenti più importanti della storia dell'azienda e una pietra miliare per il mondo automotive, attraverso il quale stiamo creando il nuovo livello del "Piacere di guidare". Ma non ci fermeremo a due modelli.

Infatti, introdurremo sul mercato sei nuove auto elettriche in 24 mesi.

Ma sempre all'interno della nostra strategia di apertura tecnologica e di innovazione, che mira a offrire risposte su misura per i clienti delle diverse regioni del mondo attraverso motori a combustione super efficienti, ibridi plug-in e automobili elettriche appunto, saranno complessivamente 40 i modelli nuovi o rinnovati entro il 2027.

Nessun altro produttore di automobili ha attualmente un progetto orientato al futuro e pronto per il mercato paragonabile. E i risultati si vedono già oggi.

Parlando di elettrificazione, l'aumento di oltre il 32% delle vendite di BEV nei primi tre mesi del 2025 sottolinea il forte richiamo delle nostre auto elettriche. Soprattutto, l'elevata domanda in Europa ha alimentato questa crescita. La mobilità elettrica "made by BMW" sta conquistando sempre più successo anche negli Stati Uniti, con vendite in crescita di oltre il 23%. Quasi un veicolo su cinque venduto dal BMW Group è oggi completamente elettrico.

La quota complessiva di veicoli elettrificati – ossia auto puramente elettriche più ibride plug-in – supera ora il 25%.

Questi risultati sono particolarmente importanti per rispettare gli obiettivi europei di CO₂. Nel 2024, il BMW Group ha pienamente centrato il target europeo di emissioni di flotta. Anzi, secondo i calcoli interni, per la prima volta abbiamo fatto registrare valori inferiori ai 100 grammi per chilometro



nel ciclo WLTP, al di sotto del nostro parametro di riferimento. E siamo fiduciosi di rispettarli anche quest'anno.

Prima di chiudere questo mio intervento consentitemi un doveroso riferimento ai risultati di mercato in questi primi 4 mesi del 2025 in Italia.

Abbiamo venduto 31.185 automobili dei marchi BMW e MINI in crescita del 4,3% rispetto all'anno precedente. Il solo brand BMW ha raggiunto le 26.178 unità (+4,8%) confermando la leadership nel segmento premium con una quota del 29,9%. MINI con 5.007 unità cresce dell'1,4% con un costante consolidamento nel nuovo modello di vendita, la piena esplorazione della nuova gamma e un buon consenso per le motorizzazioni elettriche. Le vendite di auto elettriche a livello di Gruppo hanno raggiunto le 2.233 unità con un +54,3% e BMW si è confermata leader rispetto ai competitor tradizionali. BMW Motorrad sta confermando il primato nel mercato premium e nei segmenti di riferimento con il nuovo GS grande protagonista.

Questi risultati stanno confermando le performance raggiunte nel 2024 e di questo vorrei ringraziare, oltre il Team BMW Italia, la nostra rete di partner, fatta di 35 imprenditori che rappresentano un'eccellenza nel nostro paese. Con loro condividiamo strategie e postura di mercato per esprimere non solo i risultati quantitativi, ma anche profittabilità del business e una relazione straordinaria come certificato due giorni fa dal premio Dealer STAT che ho avuto il piacere di ritirare a Verona in occasione del consueto Automotive Dealer Day di Quinteglia: BMW è stato il brand n.1 per i concessionari italiani.

Per ulteriori informazioni:

Francesca Capurro

Corporate Communication Manager

Telefono: +39 3486918003

E-mail: francesca.capurro@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com e <http://bmw.lulop.com>

Il BMW Group

Con i suoi quattro marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium e offre anche servizi

BMW GROUP

Corporate Communications



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

finanziari premium. Il BMW Group comprende oltre 30 stabilimenti di produzione nel mondo ed ha una rete di vendita globale in più di 140 Paesi.

Nel 2024, il BMW Group ha venduto oltre 2,45 milioni di automobili e più di 210.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2024 è stato di 11,0 miliardi di euro con un fatturato di 142,4 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2024, il BMW Group contava un organico di 159.104 dipendenti.

Il successo economico del BMW Group si fonda da sempre su una visione a lungo termine e su un'azione responsabile. La sostenibilità è un elemento centrale della strategia aziendale del Gruppo e interessa ogni fase del ciclo di vita dei prodotti, dalla catena di approvvigionamento alla produzione, fino al termine della loro vita utile.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a 850 collaboratori. La filiale italiana è uno dei sei mercati principali a livello mondiale per la vendita di auto e moto del BMW Group.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>